

¿Puede ser el diseño arte o técnica?

Jorge Luis Rodríguez Aguilar

Diseñador, artista visual y profesor

Ayudado en la idea de que la verdadera base del arte residía en la artesanía, el diseñador y reformista social inglés William Morris establecía entre 1861 y 1891 –a través del movimiento Arts & Craft– una nueva concepción en la filosofía industrial y social de la segunda mitad del siglo XIX, que revitalizaría la artesanía y las artes aplicadas, en oposición al predominio y el empleo de las máquinas, en una época de creciente producción en serie.

Con la creación de este movimiento renovador nacía el diseño, como una entidad autónoma, fruto de la unión –si se quiere– de las mejores y más contrapuestas líneas de trabajo entre el arte y la técnica, pero no desaparecerá ese batallar constante entre lo artístico y lo artesanal; lo hecho a mano y lo industrial; lo tradicional y lo moderno. Muy por el contrario y como en sus inicios se definiera, serviría “[...] para la construcción y fabricación de objetos artísticos y de uso más o menos ordinario”,¹ que en poco tiempo desarrollaría una nueva especialidad del proceso creativo y cognoscitivo, la cual marcaría el desarrollo del futuro siglo XX.

Desde entonces, uno de los debates que más ha marcado al desarrollo del

diseño y tal vez, de menos solución práctica, es el establecer si es arte o técnica, olvidándose así su origen mismo y las condicionantes de su creación. De ahí que muchas de las equivocaciones que se cometen en la actualidad –dentro de su campo– están generadas a partir de un error en la concepción del diseño.

No tener un concepto exacto o bien definido de su cuerpo y de su campo de acción conlleva a múltiples equivocaciones. Pero primero..., ¿qué se entiende por diseño, visto como una unidad en tanto creadora de objetos y comunicaciones visuales?

El diseño es una manifestación de nuestra cultura y del desarrollo humano, aparejado con la actividad creativa del hombre, y en consecuencia, núcleo fundamental y componedor de su entorno. De ahí podemos establecer claramente –en primer lugar– que es una actividad creadora e intelectual.

Dicho término ha venido ajustándose de manera sistemática, a los procesos de servicio que realiza la profesión, cuya especialidad consiste en determinar –de una manera anticipada– las características finales tanto del proceso productivo como del proceso comunicativo de la información, con el fin de transmitir determinadas características, ya sean estas funcionales, formales, estéticas, simbólicas, informativas, identificativas, materiales, ergonómicas, persuasivas y económicas.

Todavía hoy sigue siendo una definición controvertida en los círculos más estrechos y especializados, al extenderse sus funciones a campos para los que no fue pensado, y asumir como concepto “todo acto de creación”.² Lo que queda claro, es que el diseño es un servicio

a terceros, tal vez la diferencia más clara con el arte, con el cual tan comúnmente se compara.

El encargo social del diseñador es brindar sus servicios con la mayor eficacia profesional posible para satisfacer a un público. Por lo que su perfil estará condicionado por el de quienes lo demandan. Determinar qué se diseña, para qué se diseña, o qué contenidos transmiten los objetos diseñados, no es responsabilidad de los diseñadores.

Por lo tanto, el diseño es una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de una capacidad ontológica del ser humano, de crear un universo de objetos, pero también de signos, símbolos y señales con el fin de resolver una necesidad objetiva o comunicar algo, de transmitir un concepto o una idea, de la manera más directa, clara, sencilla y precisa.

De tal manera, el diseño obliga a adquirir una conciencia plena sobre las herramientas y procesos que se ponen en juego en el desenvolvimiento de estas tareas comunicativas. Esto quiere decir que, como profesionales, los diseñadores tienen –ante todo– la misión y la responsabilidad de ser conscientes de lo que ocurre cuando son puestos en marcha los procesos creativos que intervienen en el acto de concepción y comunicación.

Y en esa exploración hacia este estado de conciencia se manifiesta cuál es el alcance y la función de sus actos como modificadores de la realidad. En consecuencia, habiendo descubierto esa esencia, se habrá puesto de manifiesto también el deber que tiene cada diseñador de hacerse responsable de su profesión.

Toda acción de diseño se da dentro del campo de las formas, ya sea

como forma pensada –*eidos*–, o sea, personal, interna, abstracta, ideal, una existencia mental o intencional con la que nos representamos la realidad, el concepto; o bien como forma realizada –*morphé*– con una existencia real fuera de nosotros, física, en los objetos, de manera independiente a la persona y a su pensamiento. Tanto *eidos* como *morphé* deben ir unidas, pues una corresponde a la idea como concepto y la otra al objeto realizado, el signo o la imagen que representa a este concepto. Ambas se complementan y se integran, aunque con frecuencia, sobre todo en la enseñanza, suelen separarse prefiriéndose más el trabajo con la *morphé* que con el *eidos*.³

De ahí que se limite generalmente el concepto de diseño al de generar “formas” –ya sean estas objetos o comunicaciones–, en tanto esta palabra alude casi siempre a la *morphé* y casi nunca a la *eidos*. Es un error bastante extendido, pues se soslaya la parte del pensamiento por la acción, sin reparar que van juntas en el proceso y tanto un diseñador produce ideas, conceptos, imágenes abstractas sobre una tema, como a estas las convierte en formas físicas tangibles.

Por último, se debe analizar la relación que existe entre el diseño y su campo de acción, ya que este define de manera axiológica su finalidad. Como afirma García Olvera:

[...] si afirmamos que el quehacer del diseñador se da en el campo de las formas, no es el campo total de las formas al que nos referimos, sino al campo que constituyen las formas materiales, es decir, el de las formas espaciotemporales y dentro de este al de las estructu-



ras. En este campo distinguimos tres sectores, el de las estructuras especiales para el hábitat, el de las estructuras especiales para la comunicación y el de las estructuras especiales para la organización.⁴

En cualquiera de estos tres casos –arquitectónico, gráfico-comunicativo y el industrial o de productos–, el diseñador se enfrenta a la acción de crear o transformar sistemas, estructuras u organizaciones que satisfagan una pléyade de necesidades concretas del hombre en su entorno de relación social y personal. Tal experiencia ayuda a definir entonces que la acción de diseñar es una “[...] actividad que consiste en idear e imaginar formas sensibles

nuevas que respondan a las necesidades de los hombres como satisfactores, que hagan posible una vida cotidiana mejor en una totalidad social concreta”.⁵

Finalmente..., ¿el diseño es arte o técnica? Por lo general, se le suele dividir en dos grandes grupos, atendiendo al objetivo de sus producciones: industrial o de elaboración de objetos, y gráfico o de comunicaciones visuales. Si las analizamos desde su misma acción encontraremos entonces que cada una de estas especializaciones está más dirigida hacia el arte o hacia la técnica que la otra, y tal vez ese sea el motivo de esta pregunta eterna.

El diseño es uno de los bienes estéticos primarios⁶ y como tal le corresponde

ser analizado desde su relación entre forma, función y significado –como también desde sus fases: producción, distribución y consumo. Ya sea este dirigido a satisfacer una necesidad funcional, puramente objetual como en el diseño industrial, o bien, a establecer un proceso comunicativo como en el diseño gráfico, está generando y estableciendo una relación social. De ahí que tienda a comparársele con el arte y la técnica, asumiéndose casi siempre al gráfico como más cercano al arte, y el industrial con la técnica.

Tanto uno como el otro se complementan. Tratar de ver al diseño como arte o técnica, sin respetar su esencia y significación, es pretender quitarle su protagonismo en la sociedad y su naturaleza propia. Ocurre con frecuencia, a partir de algunas definiciones antiguas sobre el diseño industrial, en donde se enunciaba que el diseño es una nueva forma de las artes aplicadas o una nueva etapa del diseño artesanal, llevado a un nivel más alto. Esta opinión tiene su origen en los comienzos del diseño, cuando por primera vez arte e industria fueron acoplados. Se opinaba que la aplicación del arte a la industria podía proveer la garantía de eliminar las fealdades de la técnica. El artista tendría que resolver los daños de la máquina. Máquina, industria y técnica fueron entonces considerados como fuerzas hostiles al hombre a las que habría de domar.

Al artista, como supuesto especialista de lo bello, le fue reservada la tarea de controlar por medio de la estética, las fuerzas brutas y deformaciones de la industria, protegiendo al hombre de las consecuencias alarmantes de una industrialización mal controlada, lo que

permitió –al menos– fijar la atención en el universo de los objetos técnicos, en particular en la calidad visual de estos tanto en la calidad estética como también en la del uso.

Como es evidente, dicha concepción inclina a pensar que el diseño es una simple solución de belleza o maquillaje estético de los productos industriales. ¿Cuántas veces he escuchado que un diseñador no puede construir una casa o un automóvil, o una herramienta, y si lo hacen, es solo en el plano de maquetas o proyectos? Asumir ciegamente que esta pregunta es cierta me hacen recordar a Le Corbusier, Mies van der Rohe, Behrens y otros tantos, que sin ser graduados de arquitectura o diseño dejaron obras maravillosas en cada uno de los campos en los que trabajaron.

El diseño ha sido considerado un “tabú” para muchos que aún no lo comprenden en su totalidad, y que tratan de restarle importancia subsumiéndolo en las funciones, bien del arte o de la técnica, olvidando que –incluso teniendo para cada caso funciones muy específicas– guarda mucha relación con las dos.

Tal vez, debido a que el diseño no estaba definido como ahora, en su momento Alexander Baumgarten no lo consideró también como una expresión de cualificación de la cultura, creando un precedente y dejando al diseño –para muchos todavía hoy en día– como una rama cuasi ambigua en su relación con el arte y la artesanía, o entre el arte y la técnica. Lo mismo ocurre si se quiere con la arquitectura, que para muchos estudiosos es considerada un arte y para otros una carrera técnica.

Puede considerarse al siglo xx como el de máximo desarrollo del diseño, en

todas sus manifestaciones y hacia todas las manifestaciones. El pasado siglo quedó marcado por la publicidad y el auge de los medios masivos de comunicación, como también por la creación y desarrollo de estructuras y modelos objetuales o productos, que convierten al diseño, sin dudas, en una de las manifestaciones que más le aportó al desarrollo sociocultural y económico de los últimos cien años, lo que pudiera servir para calificar al siglo xx como “el siglo del diseño”.

El diseño es todo lo que queremos que sea. No es arte ni técnica, pero también es arte y técnica. Es así. Puede ser asumido y producido desde una mirada artística, imponiéndole la estética y el sello de una época, un estilo, un gusto o puede ser asumido desde la técnica y ser totalmente funcional y competitivo; o servirnos de ella, como en el caso de las nuevas tecnologías informáticas y de comunicación, como medio para desarrollar nuestro trabajo.

Por más que se empeñen en verlo así, no es una entidad individual. Por el contrario, requiere del intercambio constante y de la colectividad: el diseño socializado o grupal, en donde cada conjunto realice producciones por sectores, y en este sentido tal vez se parezca más a la técnica y no al arte, que suele ser más individual.

El diseño toma de cada uno –arte y técnica– sus mejores características, poniéndolas en función de un objeto social. De esta manera suele ser más objetivo que subjetivo –sin descartar aquellos elementos de la subjetividad que aportan al ejercicio un toque de personalidad y diferencia–, trabaja tanto el campo de las formas como el de las ideas (no se puede olvidar que es una

actividad intelectual) –de ahí que sus producciones abarquen tanto los objetos como las comunicaciones– convirtiéndose en un fin más que en un medio.

Asimismo, trata de ser más funcional que hedonista, en tanto es un servicio social, con lo que se diferencia del arte y se acerca más a la técnica, aunque en el diseño no se puede descartar el elemento estético por sobre el funcional, pues tanto para el industrial como para el gráfico, la función estética o hedonista influye en los sentidos y el gusto, integrándose y formando parte del entorno, de manera que se utilizan todas las técnicas y relaciones que proporcionan un agrado y un placer estético, desde las compositivas y estructurales hasta las psicológicas y de mercado.

Finalmente, el diseño asume de la técnica el carácter analítico y científico, con el cual se vuelve más sujeto a reglas y leyes, sobre todo de relación y estructuración. Esto le da un sentido un poco más racional, con el que se busca reflejar un estado de conocimiento y de lógica, de ahí que tienda a ser más material y funcional, desechando muchas veces –con respecto al arte– el carácter intuitivo, empírico y espontáneo, reenfocando lo espiritual y la búsqueda de lo personalidad en función de intereses objetivos, menos idealistas o estéticos.

Entender entonces cuán cercanos están el arte y la técnica del diseño puede contribuir a un mejor desarrollo del ejercicio profesional del diseñador. El diseño no se puede dar el lujo de perder efectividad por temor a encasillarse en una u otra dirección. Y en este sentido el diseñador debe estar muy consciente, ya que su labor va dirigida, tiene un fin. En diseño es evidente: usa códigos establecidos.

Para hacer un buen diseño no es necesario conocer hasta dónde somos más deudores del arte o de la técnica. Ya hemos visto que en los dos sentidos aporta bienes al ejercicio de diseñar. Tanto lo representativo como lo interpretativo o conceptual forman parte de un único mundo y pueden existir a la vez en el diseño. De ahí que encontremos diseñadores más apegados indistintamente a la técnica o al arte, asumiendo cualquier corriente o manera de trabajar, desde los más formalistas, académicos o representativos, hasta los más informalistas o conceptuales. Todos coexisten y todos pueden llegar a hacer un buen diseño, en la medida en que funcione y sea entendido y consumido por su público.

El diseño tiene un fin social. Está marcado por el mercado y por la reacción directa o indirecta que él mismo provoca. Un buen diseño incita al consumo, crea la expectativa y te hace partícipe de ella. Uno se siente parte y responde a la pregunta que él mismo plantea. Asumir en el diseño el arte o la técnica con más o menos medida —estando claros sobre todo de lo que es el diseño—, puede hacer que nuestro

ejercicio y nuestro encargo social sean mejores y logren una mejor recepción a partir de su funcionalidad y estética. Es sólo un problema de comunicación. Nuestro diseño debe ser comunicativo, funcional y estético, lo cual incluye que sea útil, grato y conveniente. Pensemos en esto y saquemos las mejores experiencias de cada uno de ellos.

Notas

¹Hatje, Gerd. *Diccionario ilustrado de la arquitectura contemporánea*, Instituto Cubano del Libro, La Habana, 1985, p. 45-46.

²Rodríguez Aguilar, Jorge Luis. *Diseño, diseñar, diseñado. Teorías, estrategias y procedimientos básicos*. Editorial Adagio, La Habana, 2008, p. 11.

Edición en imprenta.

³Ramón Cabrera alude a este fenómeno en *Imaginaria 2000. El diseño como utilidad humana*, Buenos Aires, 2000, p. 2.

Conferencia dictada en el Congreso Internacional de Educación Artística y Formación Artística “Imaginaria 2000”.

⁴García Olvera, Francisco. *Reflexiones sobre el diseño*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, DF, 1996, p. 24.

⁵Ídem.

⁶Juan Acha define tres bienes estéticos primarios: la artesanía, el arte y el diseño.

